

Проучване показва кои са най-ценните неща за българите

Българите продължават да поддържат силна връзка със своите корени, семейството и личните спомени, като поставят човешките отношения и здравето пред материалните придобивки. Това показват резултатите от национално представителното проучване „Най-ценните неща за българите“, проведено през септември 2026 година по поръчка на Дружество за застраховане и презастраховане „ДЗИ“ по повод Деня на застрахователя – 1 октомври.

Традициите остават важна част от идентичността

За 63,8 процента от анкетираните традициите са неизменна част от тяхната идентичност, а 63,5 процента смятат, че е важно те да бъдат предавани на следващото поколение.

Повече от половината участници обаче възприемат традициите преди всичко като израз на принадлежност и идентичност, а не толкова като ежедневна практика. Тази връзка често се съхранява чрез снимки, лични вещи и семейни предмети, които носят емоционална стойност и пазят спомени за важни моменти и хора.

Здравето и материалното благосъстояние се възприемат различно от поколенията

Здравето се утвърждава като водещ приоритет сред по-възрастните участници в проучването. Над 53,4 процента от представителите на поколението, родено в средата на миналия век, го определят като най-важно. Сред най-младите участници здравето е на първо място за 19,1 процента.

Същевременно възрастта оказва влияние и върху отношението към финансовото благосъстояние. За 25,5 процента от представителите на поколението Z материалното благосъстояние е най-важно, докато сред по-възрастните този дял намалява до 10,3 процента.

Печеленето на пари носи удовлетворение на 57,4 процента от младите хора, докато любовта е особено важна за 20,2 процента от тях. При хората в по-зряла възраст съответните дялове са 27,6 процента и 3,4 процента.

С напредването на възрастта се увеличава и значението на природата, спокойствието и времето, прекарано със семейството. Книгите също заемат все по-важно място – тяхната значимост нараства от 18,1 процента сред младите до 39,7 процента сред най-възрастните участници.

За сметка на това грехите и обувките постепенно губят част от своята значимост – от 46,8 процента при поколението Z до 25,9 процента при поколението, родено в периода след Втората световна война.

Спомените са по-ценни от вещите

Един от най-съществените изводи от проучването е, че емоционалната стойност на спомените често надхвърля тази на материалните вещи.

За 42,5 процента от анкетираниите снимките, албумите и предметите, свързани с преживявания, са сред нещата, с които не биха се разделили. Те изпреварват редица материални притежания като грехи, обувки, телевизори, книги, домакински уреди, бижута и часовници.

Така спомените се очертават като един от най-устойчивите лични активи за българите – не заради материалната стойност на предметите, а заради историите, преживяванията и хората, които те символизират.

Доброто възпитание е най-ценното наследство

Проучването показва още, че българите възприемат доброто възпитание като най-ценното наследство, което искат да оставят след себе си. То е посочено от 61 процента от анкетираниите.

На следващите места се нареждат моралните ценности с 14,3 процента, знанията и уменията с 13,2 процента, имотът и домът с 4,7 процента и финансовата сигурност с 4,2 процента.

Данните показват, че въпреки динамичния начин на живот, развитието на технологиите и икономическите предизвикателства, човешките отношения и личните ценности продължават да заемат водещо място.

За 42,7 процента от участниците семейството е най-ценното нещо в живота, а за 40,8 процента това е здравето. След тях се нареждат приятелите и финансите, посочени от по 15 процента от анкетираниите.

Най-ценните неща не винаги са най-добре защитени

Резултатите поставят и важен въпрос за отношението към защитата на най-ценните неща в живота. Здравето е определено като „изключително ценно“ от 88,2 процента от участниците, а семейството получава същата оценка от 79,8 процента.

Въпреки това едва 24,2 процента от анкетираниите имат опит със застраховка „Живот“, докато близо 70 процента имат автомобилна застраховка.

Според представителите на Дружество за застраховане и презастраховане „ДЗИ“ резултатите показват значителен потенциал за развитие на застрахователната култура в България. Данните потвърждават, че независимо от възрастта, доходите и начина на живот, здравето, семейството, спомените и близките хора остават сред най-важните ценности за българите.

Проучването е проведено през септември 2026 година чрез онлайн интервюта сред 600 мъже и жени на възраст между 18 и 65 години, представители на градското население на България. Изследването е реализирано от изследователската агенция „БлуПойнт“ по поръчка на Дружество за застраховане и презастраховане „ДЗИ“.

Статия от екипа на Бургаската Търговско-Промислена Палата.